

**PENGARUH *BRANCHLESS BANKING*, DIFERENSIASI DAN
POSITIONING PRODUCT TERHADAP *CUSTOMER DECISION
MAKING PRODUCT* PEMBIAYAAN KPR BRISYARIAH iB DI
BRISYARIAH KC BANDAR LAMPUNG
KEDATON**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh :

CINDRI ANISA

NPM :1751020140

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Femei Purnamasari, M.Si.

Pembimbing II : Ersi Sisdianto, M.Ak., CSRP.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2021 M**

**PENGARUH *BRANCHLESS BANKING*, DIFERENSIASI DAN
POSITIONING PRODUCT TERHADAP *CUSTOMER DECISION*
MAKING PRODUCT PEMBIAYAAN KPR BRISYARIAH iB DI
BRISYARIAH KC BANDAR LAMPUNG
KEDATON**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Syarat-Syarat
Guna Memperolah Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh :

CINDRI ANISA

NPM :1751020140

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Femei Purnamasari, M.Si.

Pembimbing II : Ersi Sisdianto, M.Ak. CSRP.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2021 M**

ABSTRAK

Faktanya produk pembiayaan kepemilikan rumah tidak hanya ditawarkan oleh BRISyariah saja tetapi banyak Bank lain yang menawarkan produk KPR. Dengan adanya hal tersebut maka akan terjadi persaingan yang semakin ketat. Beberapa cara agar Bank dapat terus bersaing ditengah perkembangan teknologi dan persaingan bisnis yang semakin ketat adalah dengan menggunakan strategi pemasaran.

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *branchless banking*,diferensiasi dan *positioning product* secara parsial dan simultan terhadap *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *branchless banking*,diferensiasi dan *positioning product* terhadap *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB secara parsial dan simultan terhadap *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB secara simultan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Populasi penelitian adalah nasabah yang menggunakan produk KPR BRISyariah iB di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton berjumlah 129 nasabah, sedangkan sampel yang digunakan berjumlah 56 nasabah. Data diolah menggunakan aplikasi *statistical package for social science* (SPSS) 23.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa *branchless banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer decision making product*. Diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer decision making product*. *Positioning product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer decision making product*. Hasil uji secara simultan menunjukkan *branchless banking*, diferensiasi dan *positioning product* berpengaruh terhadap *customer decision making product*. Artinya semakin baik strategi *branchless banking*, diferensiasi dan *positioning product* maka akan meningkatkan *customer decision making product*. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen sebesar 23,1% sisanya sebesar 76,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Kesimpulan penelitian ini adalah variabel *positioning product* memiliki pengaruh yang lebih dominan diikuti variabel *branchless banking* kemudian variabel diferensiasi produk.

Kata Kunci : *Branchless Banking*, Diferensiasi, *Positioning Product*, *Customer Decision Making Product*.

ABSTRACT

In fact, KPR financing products are not only offered by BRISyariah, but many other banks offer KPR financing products. With this, there will be increasingly fierce competition. Several ways so that the Bank can continue to compete in the midst of technological developments and increasingly fierce business competition is to use a marketing strategy.

The problem formulation of this research is how the influence of branchless banking, differentiation and positioning product partially and simultaneously on customer decision making product financing KPR BRISyariah iB. This study aims to determine the effect of branchless banking, differentiation and positioning product partially and simultaneously on customer decision making products for KPR BRISyariah iB. This type of research is quantitative research using primary data. This type of research is associative research which is research conducted to determine the relationship between two or more variables. Primary data were collected using a questionnaire. The research population is customers who use KPR BRISyariah iB products at BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton totaling 129 customers, while the sample used is 56 customers. The data is processed using the statistical package for social science (SPSS) application 23.

The partial test results show that branchless banking has a positive and significant effect on customer decision making products. Differentiation has a positive and significant effect on customer decision making products. Product positioning has a positive and significant effect on customer decision making products. Simultaneous test results show that branchless banking, product differentiation and positioning have an effect on customer decision making products. This means that the better the branchless banking strategy, product differentiation and positioning, the greater the customer decision making product. The results of the coefficient of determination indicate that the independent variable is able to influence the dependent variable by 23.1%, the remaining 76.9% is influenced by other variables outside of this study. The conclusion of this study is that the positioning product variable has a more dominant influence, followed by the branchless banking variable then the differentiation variable.

Keywords: *Branchless Banking, Differentiation, Positioning Product, Customer Decision Making Product.*



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Sekretariat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukrame, Bandar Lampung 35131
Telp. (0721) 704030

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Cindri Anisa
NPM : 1751020140
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul ***"Pengaruh Branchless Banking, Diferensiasi dan Positioning Product Terhadap Customer Decision Making Product Pembiayaan KPR Brisyariah iB Di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton"*** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 27 September 2021

Penulis,



Cindri Anisa
1751020140



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Sekretariat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung 35131
Telp. (0721) 704030

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Branchless Banking*, Diferensiasi dan *Positioning Product* Terhadap *Customer Decision Making Product*
Pembiayaan KPR BRISyariah IB di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton.

Nama : Cindri Anisa
NPM : 1751020140
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Femei Purnamasari, M.Si.

NIP. 198405212015032004

Pembimbing II

Ersi Sisdianto, M.Ak, CSRP

NIP. 198611102019031012

**Mengetahui,
Ketua Program Studi**

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sv., D.B.A

NIP. 198208082011012009



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Sekretariat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarama, Bandar Lampung 35131

Telp. (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul ***"Pengaruh Branchless Banking, Diferensiasi dan Positioning Product Terhadap Customer Decision Making Product Pembiayaan KPR Brisyariah iB Di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton"*** yang disusun oleh **Cindri Anisa, NPM**

: 1751020140, Program Studi : Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : Jum'at, 15 Oktober 2021.

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Rubhan Masykur, M.Pd.

Sekretaris : Okta Supriyaningsih, M.E.Sy.

Penguji I : A. Zuliansyah, S.Si., M.M

Penguji II : Ersi Sisdianto, M.Ak., CSRP.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, S.Ag., M.Si.

198008012003121001

MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ

“Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat-Nya yaitu nikmat Iman, Islam, kesehatan, kekuatan dan kesabaran untuk penulis dalam menyusun skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Skripsi ini adalah persembahan kecil untuk kedua orang tuaku Bapak Tajid dan Ibu Nur Hayati yang telah mengisi duniaku dengan kebahagiaan yang tak terhitung sehingga seumur hidupku tidak cukup untuk menikmatinya. Terimakasih untuk lantunan do'a yang selalu mengiringi segala perjuangan.
2. Karena kalian berdua, Kakak perempuanku Yuniarti dan Kakak iparku Saipuddin yang ikhlas memberikan do'a, inspirasi, motivasi dan dukungan yang menyertaiku untuk meraih tujuan.
3. Seluruh keluarga besarku yang selalu memberikan do'a dan motivasi untuk menyelesaikan studi.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Cindri Anisa, lahir di Labuhan Ratu Kabupaten Lampung Timur pada tanggal 22 Juni 1999. Penulis merupakan putri ke dua dari dua bersaudara yang merupakan putri dari Bapak Tajid dan Ibu Nur Hayati. Berikut merupakan daftar riwayat pendidikan yang telah diselesaikan oleh penulis :

1. Taman Kanak-Kanak (TK) R.A AL Hidayah, Labuhan Ratu IV, Labuhan Ratu, Lampung Timur. Lulus pada tahun 2005.
2. Madrasah Ibtidaiyah (MI) Miftahul Huda Labuhan Ratu IV, Labuhan Ratu, Lampung Timur lulus dan menerima ijazah pada tahun 2011.
3. Madrasah Tsanawiyah (MTs) Miftahul Huda Labuhan Ratu IV, Labuhan Ratu, Lampung Timur lulus pada tahun 2014.
4. Sekolah Menengah Kejuruan Yayasan Pendidikan Islam (SMK YPI) Way Jepara, Lampung Timur lulus pada tahun 2017.
5. Penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dimulai pada tahun 2017.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmatNya berupa pemahaman dalam menuntut ilmu, kesehatan, kekuatan dan petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Branchless Banking*, Diferensiasi Dan *Positioning Product* Terhadap *Customer Decision Making Product* Pembiayaan KPR BRISyariah Di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat untuk menyelesaikan Studi Strata 1 (S1) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Sholawat teriring salam selalu tucurahkan kepada Baginda Nabi Allah Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Dalam hal ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, S.Ag., M.S.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy., D.B.A. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Femei Purnamasari, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik I yang memberikan arahan, saran, motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Ersi Sisdianto, M.Ak. CSRP. selaku Dosen Pembimbing II yang tulus meluangkan waktu untuk memberikan arahan, masukan dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
5. Kepada seluruh Dosen, Pegawai dan Staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis. Semoga terhitung sebagai amal jariyah oleh Allah SWT.
6. Kepada seluruh Dosen, Pegawai dan Staf di lingkungan Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu kepada

penulis, semoga ilmu yang didapatkan dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain.

7. Pemerintah Republik Indonesia melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan yang telah memberikan dukungan baik moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S1.
8. BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton yang telah memberikan izin kepada penulis melakukan penelitian pada nasabah BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton.
9. Skripsi ini kudedikasikan untuk kakak Zakaria Akhmad dan sahabat-sahabatku yaitu Berlian Indriani, Indri Kusuma Putri, Dika Adina Yuha, Hendra Ramadhan, Mizwar Ilham dan Robby Nizar Pratama. Terimakasih telah memberikan banyak bantuan selama masa kuliah. Tidak bisa kujelaskan betapa bersyukurya aku memiliki kalian.
10. Teman-teman seperjuangan kelas D Perbankan Syariah angkatan 2017 yang telah memberikan dorongan dan semangat untuk menyelesaikan studi.
11. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan banyak ilmu selama menempuh studi semoga UIN Raden Intan Lampung semakin maju.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
PERSETUJUAN.....	iv
PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	13
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	14
H. Sistematika Penulisan.....	20
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori.....	23
1. TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	23
2. Teori Perilaku Konsumen	25
a. Pengertian Perilaku Konsumen	25
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	26
c. Keputusan Pembelian.....	27
d. Perilaku Konsumen dalam Islam.....	28
3. <i>Brancless Banking</i>	32
a. Pengertian <i>Brancless Banking</i>	32

b.	Tujuan <i>Branchless Banking</i>	35
c.	Tipe-Tipe <i>Branchless Banking</i>	35
d.	Hubungan <i>Branchless Banking</i> dengan Keputusan Konsumen	37
e.	Indikator <i>Branchless Banking</i>	38
4.	Strategi Diferensiasi	39
a.	Pengertian Strategi Diferensiasi	39
b.	Hubungan Strategi Diferensiasi dan Keputusan ..	41
c.	Indikator Diferensiasi	42
5.	Strategi <i>Positioning</i>	43
a.	Pengertian Strategi <i>Positioning</i>	43
b.	Hubungan Strategi <i>Positioning</i> dengan Keputusan	45
c.	Indikator Strategi <i>Positioning</i>	46
6.	<i>Customer Decision</i> (Keputusan Nasabah)	46
a.	Pengertian Keputusan Nasabah	46
b.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Mengambil Keputusan	48
c.	Indikator <i>Customer Decision Making Product</i> ...	49
7.	<i>Branchless Banking</i> , Strategi Diferensiasi dan Strategi <i>Positioning</i> dalam Perspektif Islam	50
8.	Pembiayaan Kepemilikan Rumah	53
a.	Pengertian Pembiayaan Kepemilikan Rumah	53
b.	Akad Pembiayaan Kepemilikan Rumah	54
c.	Tujuan dan Manfaat Pembiayaan Kepemilikan Rumah	55
B.	Pengajuan Hipotesis	56
1.	Kerangka Pemikiran	56
2.	Hipotesis Penelitian	57

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Waktu dan Tempat Penelitian	63
B.	Jenis dan Sifat Penelitian	63
C.	Sumber Data	64
D.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data	64
E.	Definisi Operasional Variabel	68

F. Metode Analisa Data	71
------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	77
B. Hasil Penelitian	77
C. Pembahasan	94

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	107
B. Rekomendasi	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

1.1	Angsuran KPR Non Subsidi BRISyariah	5
1.2	Produk KPR Bank Syariah dan Konvensional	6
1.3	Keunggulan Produk KPR BRIS, BNIS dan BMI	7
1.4	Tinjauan Pustaka.....	15
3.1	Kategori Skala Kuesioner	62
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Opersional Variabel.....	63
4.1	Umur Responden	70
4.2	Jenis Kelamin Responden.....	70
4.3	Pekerjaan Responden.....	71
4.4	Hasil Uji Validitas	72
4.5	Hasil Uji Reabilitas.....	73
4.6	Hasil Uji Normalitas	74
4.7	Hasil Uji Heterokedastistas	75
4.8	Hasil Uji Autokorelasi.....	76
4.9	Hasil Uji Multikolinieritas.....	77
4.10	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	79
4.11	Hasil Uji T.....	81
4.12	Hasil Uji F.....	83
4.13	Koefisien Determinasi.....	84

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berfikir	52
-----------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 :Daftar Skor Jawaban Responden Variabel *Brancless Banking*
- Lampiran 2 :Daftar Skor Jawaban Responden Variabel Strategi Diferensiasi
- Lampiran 3 :Daftar Skor Jawaban Responden Variabel *Positioning Product*
- Lampiran 4 :Daftar Skor Jawaban Responden Variabel *Customer Decision Making Product*
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai landasan utama untuk memahami istilah-istilah yang terdapat dalam skripsi ini maka diperlukan penegasan istilah-istilah yang terdapat dalam judul. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh *Brancless Banking*, Diferensiasi Dan *Positioning Product* Terhadap *Customer Decision Making Product* Pembiayaan KPR BRISyariah iB Di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton”**.

Istilah-istilah yang terdapat dalam judul skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. *Brancless Banking*

Brancless banking merupakan bagian dari program inklusi keuangan, yang dilakukan di luar cabang Bank dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi serta agen ritel *non-Bank*. *Brancless banking* merupakan bagian dari program *financial inclusion* untuk memberikan jasa keuangan dan sistem pembayaran secara terbatas melalui unit khusus pelayanan keuangan atau agen.¹ Selain itu, *brancless banking* merupakan solusi untuk masyarakat yang berada di Desa yang jauh dari jangkauan lokasi Bank. Keberadaan *brancless banking* berpotensi untuk mengurangi biaya dan meningkatkan pelayanan perbankan tanpa membuka kantor cabang baru.²

2. Diferensiasi *Product*

Diferensiasi merupakan tindakan merancang perbedaan produk untuk membedakan produk perusahaan

¹ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), “Laku Pandai” (On-Line), tersedia di www.ojk.co.id (2 februari 2021).

² David C.E Lisapaly, *Pengetahuan Berkarakter Bagi Personal Banker* (Bandung:Media Sains Indonesia,2020) 23.

dengan produk pesaing sehingga memiliki ciri khas tersendiri.³

3. *Positioning Product*

Positioning product merupakan tindakan untuk mendesain tawaran citra perusahaan yang menempati tempat istimewa atau tercipta image khusus dibenak konsumen sasaran.⁴

4. *Customer Decision Making Product*

Customer decision making product/pengambilan keputusan konsumen atau nasabah adalah aktivitas seseorang dalam menyeleksi, membeli dan menggunakan produk baik barang atau jasa sehingga memuaskan kebutuhan dan keinginannya.⁵

5. Pembiayaan KPR BRISyariah iB

Pembiayaan KPR BRISyariah iB merupakan pembiayaan kepemilikan rumah kepada perseorangan untuk memenuhi sebagian kebutuhan primer dengan menggunakan prinsip jual beli (*murabahah*) atau sewa menyewa (*ijarah*) dengan pembayaran secara berangsur dengan jumlah yang telah disepakati diawal dan dibayarkan setiap bulan. Pembiayaan ini meliputi pembiayaan pembelian rumah, ruko, apartemen, rukan, tanah kavling, pembangunan, renovasi, *take over* (ambil alih pembiayaan), dan pembiayaan berulang (*refinancing*).⁶

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (Jakarta : Erlangga,2009), 8.

⁴ Gunawan Adisaputro, *Manajemen Pemasaran, Analisis Untuk Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : UPP STIM YKPN,2010), 118.

⁵ Ratih Huryati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung : Alfabeta,2008), 67.

⁶Produk Bank BRISyariah”, (On-Line), tersedia di : <https://www.BRISyariah.co.id> (30 Januari 2021).

B. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah merupakan lembaga *financial intermediary* yang kegiatan operasionalnya berpondasi dengan prinsip-prinsip syariah. Seperti lembaga keuangan lainnya, Bank Syariah melaksanakan kegiatan operasionalnya bertujuan untuk mendapat keuntungan secara optimal dengan memperhatikan etika bisnis serta kaedah dalam Islam seperti larangan menggunakan prinsip bunga (riba) dalam operasionalnya.⁷ Awalnya Bank Syariah dikembangkan untuk merespon kelompok ekonomi dan praktisi Perbankan Islam yang berusaha mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan adanya jasa transaksi keuangan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah Islam.⁸

Perbankan Syariah bukanlah lembaga keuangan asing di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya kontribusi terhadap perkembangan keuangan syariah di Indonesia khususnya dunia Perbankan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998, Perbankan merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan Bank, menyangkut kelembagaan, kegiatan usaha, serta tata cara pelaksanaan kegiatan Perbankan. Sedangkan yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang kegiatan operasionalnya menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkannya kembali ke masyarakat dan memberikan jasa pelayanan.⁹

Rumah merupakan kebutuhan primer dalam kehidupan. Dalam ketentuan konstitusional diatur tentang perumahan yang tercantum dalam UU Nomor 4 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Pemukiman yang menyatakan bahwa rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat untuk tinggal yang dijadikan sebagai sarana pembinaan keluarga.¹⁰ Rumah

⁷Muhamad, *Bank Syariah*, (Yogyakarta:UPP STIM YKPN,2015), 15.

⁸Agus Marimin, dkk, "Perkembangan Bank Syariah di Indonesia" *Ekonomi Islam* 01, no. 02 (2015):75-87

⁹Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Pasal 1 (ayat 1).

¹⁰Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Pemukiman.

merupakan kebutuhan mendasar bagi manusia selain kebutuhan sandang dan pangan. Rumah menjadi unsur yang harus dipenuhi untuk kelangsungan kehidupan.

BRISyariah kantor cabang Bandar Lampung Kedaton merupakan BRISyariah pusat yang membawahi beberapa kantor cabang pembantu yang ada di Lampung.¹¹ BRISyariah berada dilingkungan perkotaan sehingga lebih dekat dengan kegiatan jual beli properti seperti perumahan, apartemen dan ruko, apabila penelitian ini dilakukan di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton maka hasil yang didapat akan lebih maksimal.

Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) merupakan pembiayaan yang diberikan kepada individu untuk kebutuhan pembelian tempat tinggal, ruko, atau apartemen yang dijual melalui *developer* maupun *non-developer*. Selain untuk pembiayaan pembelian rumah, ruko ataupun apartemen pembiayaan ini dapat juga digunakan untuk *take over*, *top up*, dan renovasi.¹² KPR merupakan pembiayaan jangka panjang yang diberikan kepada nasabah yang dikhususkan untuk pembiayaan kebutuhan tempat tinggal. Dengan adanya pembiayaan KPR, dapat mempermudah nasabah dalam memenuhi kebutuhan tempat tinggal.¹³

BRISyariah merupakan salah satu lembaga keuangan Bank Syariah yang aktivitasnya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada nasabah dalam bentuk *financing*. Salah satu pembiayaan yang disalurkan oleh BRISyariah adalah pembiayaan KPR. Pembiayaan KPR BRISyariah iB merupakan pembiayaan kepemilikan rumah kepada perseorangan untuk memenuhi sebagian kebutuhan primer dengan menggunakan prinsip jual beli (*murabahah*)

¹¹ Evi Valentina, "Diferensiasi Produk KPR BRISyariah", Wawancara, 8 April 2021.

¹² Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kredit Secara Sehat* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), 27.

¹³ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008), 112.

atau sewa menyewa (*ijarah*) dengan pembayaran dilakukan dengan cara dicicil atau ditangguhkan.¹⁴ Sistem pembayaran dengan cara dicicil yang dilakukan oleh Bank Syariah diperbolehkan dalam Islam yang dijelaskan pada potongan ayat Al-Qur'an QS. Al-Baqarah ayat 282 berikut ini :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ
(سورة البقرة : ٢٨٢)

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya”. (QS. Al-Baqarah [2] : 283).

Pembiayaan KPR BRISyariah iB dengan plafon pembiayaan minimal Rp. 25.000.000 dan maksimal Rp. 3.500.000.000. Pembiayaan dari Bank sebesar 90% dari nominal yang diajukan, dengan uang muka sebesar 10%.¹⁵

Tabel 1.1
Angsuran KPR Non Subsidi BRISyariah

No.	Plafon	Jangka Waktu (Bulan)		
		60	120	180
1.	100.000.000	2.249.794	1.493.107	1.314.9987
2.	250.000.000	5.624.485.	3.732.768	3.287468
3.	500.000.000	11.624.969	7.465.537	6.574.938
4.	750.000.000	16.873.454	11.198.305	9.862.405
5.	1.000.000.000	22.497.938	14.931.047	13.149.873

Sumber : Dokumentasi BRISyariah Kedaton Bandar Lampung

¹⁴BRISyariah,”Produk BRISyariah”, (On-Line), tersedia di : <https://www.brisyariah.co.id> (30 Januari 2021).

¹⁵BRISyariah,”Produk KPR BRISyariah iB”, (On-Line), tersedia di : <https://www.brisyariah.co.id> (4 Februari 2021).

Menurut informasi dari ibu Evi Valentina selaku *Cunsomer Bussines Relationship Manager* (CBRM) KPR BRISyariah, salah satu diferensiasi produk Pembiayaan KPR BRISyariah adalah proses yang cepat sehingga nasabah lebih memilih menggunakan produk KPR BRISyariah. Selain itu manfaat dari pembiayaan KPR adalah uang muka yang terjangkau, yaitu 10% dan jangka waktu maksimal 15 tahun.¹⁶

Faktanya produk pembiayaan KPR tidak hanya ditawarkan oleh BRISyariah, banyak Bank lain baik Bank konvensional ataupun Bank Syariah yang menawarkan pembiayaan KPR seperti yang tercantum dalam tabel berikut ini :

Tabel 1.2
Produk KPR Bank Syariah dan Konvensional

No.	Bank Syariah	Nama Produk	Bank Konvensional	Nama Produk
1.	Bank Muamalat	KPR iB Muamalat	Bank Mandiri	KPR Mandiri
2.	BNISyariah	KPR BNI Syariah	BRI	KPR BRI
3.	Bank Mandiri Syariah	Griya Bank Mandiri Syariah	Bank Mega	Mega Griya
4.	Bank Mega Syariah	SM Griya iB	Bank BTN	KPR BTN Platinum

Sumber : Data diolah, 2021.

Tabel di atas menunjukkan Bank syariah dan Bank konvensional yang menyediakan produk pembiayaan KPR. Dengan adanya hal tersebut maka akan terjadi persaingan yang semakin ketat. Dampak dari hal tersebut adalah nasabah

¹⁶Evi Valentina, “Diferensiasi Produk KPR BRISyariah”, *Wawancara*, 8 April 2021.

memiliki banyak pilihan sehingga terjadi tawar menawar yang semakin besar oleh nasabah.

Perkembangan teknologi semakin pesat, mayoritas masyarakat lebih memilih menggunakan teknologi dalam beberapa kegiatan dengan alasan lebih mudah dan praktis. Hal ini mengharuskan lembaga keuangan seperti Perbankan untuk berinovasi agar dapat mempertahankan keunggulan produknya dengan produk pesaing.¹⁷ Beberapa cara agar Bank dapat terus bersaing ditengah perkembangan teknologi dan persaingan bisnis yang semakin ketat adalah dengan menggunakan strategi pemasaran.

Menurut Sofian Assauri, strategi pemasaran merupakan serangkaian rencana dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan.¹⁸ Teknologi menjadi hal penting dalam menjalankan kegiatan bisnis. Dengan adanya teknologi, dapat mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi keuangan. Kemudahan tersebut menjadi salah satu faktor konsumen untuk menggunakan produk Bank.

Branchless banking merupakan bagian dari program inklusi keuangan, yang dilakukan di luar cabang Bank dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi serta agen ritel *non-Bank*. *Branchless banking* merupakan bagian dari program *financial inclusion* untuk memberikan jasa keuangan dan sistem pembayaran secara terbatas melalui unit khusus pelayanan keuangan atau agen. Selain itu, *Branchless banking* merupakan solusi untuk masyarakat yang berada di Desa yang jauh dari jangkauan lokasi Bank.¹⁹

¹⁷Andrianto dan M Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah* (Surabaya : Qiara Media, 2019), 151.

¹⁸Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007), 168-169.

¹⁹Hidayanti Sarah, “Dampak *Branchlees* Terhadap Kinerja Keuangan PT Bank Muamalat Indonesia”, *Al-Muzara 'ah*, h. 136-157.

Menurut Fredy Rangkuti unsur-unsur strategi pemasaran yaitu dengan strategi diferensiasi dan strategi *positioning product*.²⁰ Philip Kotler mengemukakan bahwa, salah satu strategi marketing yang paling tepat dilakukan ditengah persaingan yang ketat adalah dengan mendeferensiasikan produk dengan produk pesaing.²¹ Diferensiasi produk merupakan upaya dari sebuah Bank untuk membedakan produknya dari produk pesaing dalam sifat yang membuatnya lebih diinginkan oleh pelanggan. Hubungan antara diferensiasi produk dengan keputusan pembelian adalah diferensiasi produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.²² Dengan mendeferensiasikan produknya dari para pesaing, maka Bank dapat menciptakan keunggulan pada produknya sehingga lebih diamati oleh masyarakat.

Tabel 1.3

Keunggulan Produk KPR BRIS,BNIS dan BMI

No.	Perbandingan	Pembiayaan KPR BRISyariah	Pembiayaan KPR BNI Syariah	Pembiayaan KPR iB Muamalat
1.	Minimal pembiayaan	25 Juta - 3,5 Milyar	100 Juta – 5 Milyar	150 Juta
2.	Jangka waktu pembiayaan	1 – 15 Tahun	1 – 15 Tahun	1-15 Tahun
3.	Uang muka	10%	20%	5%
4.	Margin	11,50% -	11,47% -	9%

²⁰Fredy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama,1997), 48-49.

²¹Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta:Salemba Empat,2001), 388.

²²Ramdhani Harri Pratama dan Indi Djastuti,”Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas, Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kota Semarang”, *Studi Manajemen dan Organisasi* 12, (2015), 90-99.

		12,50%	12,79%	
--	--	--------	--------	--

Sumber : Data diolah,2021.

Sesuai dengan tabel di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pembiayaan KPR BRISyariah memiliki plafon pembiayaan minimal 25 Juta, plafon tersebut lebih rendah dibandingkan dengan plafon pembiayaan Bank BNISyariah dan Bank Muamalat Indonesia. Hal tersebut memberikan kemudahan kepada nasabah yang ingin melakukan pembiayaan <100 Juta. Uang muka pembiayaan KPR BRISyariah sebesar 10%, hal tersebut menunjukkan bahwa uang muka pembiayaan KPR BRISyariah lebih tinggi dari Bank Muamalat yaitu sebesar 5% dan lebih rendah dibandingkan dengan Bank BNISyariah yaitu sebesar 20%. Margin yang ditawarkan oleh BRISyariah lebih tinggi dibandingkan dengan margin yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia dan lebih rendah dari margin yang ditawarkan oleh BNISyariah.

Terciptanya persepsi konsumen terhadap produk, sehingga produk dapat menciptakan kepercayaan, keyakinan dibenak konsumen dengan cara strategi *positioning product*. Penempatan atau *positioning* merupakan strategi komunikasi untuk mempengaruhi pemikiran konsumen agar produk memiliki arti tertentu dibenak konsumen. *Positioning* menunjukkan keunggulan terhadap produk, merek dan bisnis dalam bentuk korelasi asosiatif (berhubungan dari satu dengan yang lainnya).²³ *Positioning* menjadi salah satu hal urgent dalam memasarkan produk Bank Syariah. *Positioning* memiliki *purpose* untuk memposisikan penawaran yang dilakukan oleh perusahaan agar pasar sasaran mengenali kelebihan dari penawaran dan citra Bank Syariah.²⁴

²³Titik Wijayanti, *Marketing Plan Dalam Bisnis* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo,2014), 41.

²⁴Aprilia Kinasih Putri Ramadhani,"Penerapan Strategic Marketing Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Nandayani Surabaya", *JESTT* 1, no. 12 (2014):863-873.

Persepsi masing-masing nasabah memiliki perbedaan terkait produk BRISyariah. Persepsi yang dimaksud dari penelitian ini adalah *respon* (tanggapan) secara langsung dari nasabah terkait dengan produk KPR BRISyariah iB dalam memutuskan untuk menggunakan suatu produk dari Bank BRISyariah, nasabah akan memperhatikan perbedaan produk dari produk pesaing, persepsi produk dibenak nasabah yang berkaitan dengan kepercayaan terhadap produk dan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi. Perilaku konsumen merupakan serangkaian perilaku yang berhubungan dengan kegiatan pencarian informasi, pemilihan produk, pembelian, penggunaan dan evaluasi pasca penggunaan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumen merupakan hal mendasar yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk keputusan pembelian.²⁵

Penelitian ini lebih membahas berkenaan dengan pengaruh yang ditimbulkan dari adanya *branchless banking*, diferensiasi dan *positioning product* terhadap *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB.

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan terkait dengan pembiayaan KPR BRISyariah iB seperti penelitian yang dilakukan oleh, Julis Susanto (2019) mengenai analisis pembiayaan *murabahah* pada KPR BRISyariah kantor cabang pembantu Ponorogo, Erin Al Khoeriyah (2020) tentang implementasi akad *murabahah bil wakalah* pada pembiayaan KPR BRISyariah iB (studi kasus BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton), Asnidar (2019) mengenai perbandingan sistem pembiayaan KPR pada PT BRI dan pembiayaan KPR *murabahah* pada PT BRISyariah di kota palopo, Nur Indah Yolanda (2020) mengenai analisis strategi pemasaran produk KPR sejahtera di PT BRISyariah kantor cabang Banda Aceh, Dhea Salsa Ananda (2020) mengenai mekanisme penyaluran pembiayaan kepemilikan rumah pada PT Bank BRISyariah,Tbk kantor cabang Pekanbaru.

²⁵Rahmawati, *Manajemen Pemasaran* (Samarinda:Mulawarman University Press,2016), 33.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya yang lebih terfokus pada mekanisme pembiayaan dan implementasi akad *murabahah* pada produk pembiayaan KPR. Penelitian ini lebih terfokus pada dampak yang ditimbulkan dari variabel *Brancless Banking*, Diferensiasi dan *Positioning Product* terhadap *Customer Decision Making Product* pembiayaan KPR BRISyariah. Karena dalam pemasaran teknologi dan strategi pemasaran merupakan hal yang penting untuk meningkatkan penjualan produk dan jasa yang ditawarkan.

Berlandaskan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis memandang penting untuk mengetahui lebih luas berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk KPR BRISyariah iB. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH BRANCLESS BANKING, DIFERENSIASI DAN POSITIONING PRODUCT TERHADAP CUSTOMER DECISION MAKING PRODUCT PEMBIAYAAN KPR BRISYARIAH iB DI BRISYARIAH KC BANDAR LAMPUNG KEDATON”**.

C. Batasan Masalah

Penelitian harus diperjelas batasan masalahnya dalam penelitian agar peneliti fokus dalam melakukan penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini berkaitan dengan keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan KPR BRISyariah dengan variabel yang digunakan adalah *Brancless Banking*, Diferensiasi, *Positioning Product* terhadap *Customer Decision Making Product* pembiayaan KPR BRISyariah iB di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton.
2. Penelitian ini menggunakan data primer berupa data kuantitatif dalam bentuk kuesioner yang diperoleh dari

respons nasabah yang menggunakan produk KPR BRISyariah iB.

D. Rumusan Masalah

Berlandaskan dari latar belakang masalah, ditarik dari permasalahan yang terjadi dan penelitian terdahulu sehingga peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *branchless banking* terhadap *customer decision making product* Pembiayaan KPR BRISyariah di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton?
2. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk terhadap *customer decision making product* Pembiayaan KPR BRISyariah di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton?
3. Bagaimana pengaruh *positioning product* terhadap *customer decision making product* Pembiayaan KPR BRISyariah di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton?
4. Bagaimana pengaruh *branchless banking*, diferensiasi dan *positioning product* secara simultan terhadap *customer decision making product* Pembiayaan KPR BRISyariah di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton?
5. Bagaimana *branchless banking*, diferensiasi dan *positioning product* dalam perspektif ekonomi Islam?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *branchless banking* terhadap *customer decision making product* Pembiayaan KPR BRISyariah di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton.

2. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap *customer decision making product* Pembiayaan KPR BRISyariah di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton.
3. Untuk mengetahui pengaruh *positioning product* terhadap *customer decision making product* Pembiayaan KPR BRISyariah di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton.
4. Untuk mengetahui pengaruh *branchless banking*, diferensiasi produk, dan *positioning product* secara simultan terhadap *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton.
5. Untuk mengetahui *branchless banking*, diferensiasi dan *positioning product* dalam perspektif ekonomi Islam.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan mendapatkan manfaatnya baik untuk penulis secara khusus dan masyarakat pada umumnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran untuk mengembangkan ilmu dibidang keuangan khususnya Perbankan syariah terkait pembiayaan dan menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi terkait hal-hal yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan di Bank Syariah, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk memperkuat daya saing di dunia Perbankan.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu bertujuan sebagai bahan perbandingan dan rujukan. Selain itu, penelitian terdahulu digunakan untuk menghindari adanya persepsi kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam penelitian terdahulu ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Susmiati berjudul Strategi Diferensiasi dan *Positioning* Dalam Memotivasi Nasabah Menabung pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil pengujian hipotesis dengan uji t dan uji f menunjukkan bahwa nilai signifikan yang berarti strategi diferensiasi dan *positioning* berpengaruh signifikan terhadap motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Sedangkan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi motivasi nasabah dalam menggunakan produk tabungan barokah adalah strategi *positioning*.²⁶
2. Penelitian yang dilakukan oleh Uswatun Khasanah dan Afif Muamar penelitian ini berjudul Diferensiasi dan Tingkat Pemahaman Produk, Serta Kualitas Sumber Daya Manusia Atas Keputusan Nasabah Perbankan Syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian membuktikan persepsi nasabah daam diferensiasi produk, tingkat pemahaman produk, dan kualitas sumber daya manusia memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada Perbankan Syariah. Artinya menurut argument

²⁶Susmiati,” Strategi Diferensiasi dan *Positioning* Dalam Memotivasi Nasabah Menabung pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan”,*Ekonomi dan Perbankan Syariah* 3, no 1 (2016):47-56.

nasabah ketiga komponen tersebut dianggap *urgent* ketika akan menggunakan jasa pada Perbankan Syariah.²⁷

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nina Anggraeni yang berjudul Pengaruh Layanan 3 In 1 Masalah (*Brancless Banking*) Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Efisiensi Biaya Operasional Bank Pada PT. Bank BJB Syariah. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan analisis data kuantitatif. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa layanan 3 in 1 masalah (*brancless banking*) berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan Dana Pihak Ketiga dan efisiensi biaya operasional Bank.²⁸
4. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Aminah berjudul Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan *Positioning* Dalam Memotivasi Nasabah Melakukan Pembiayaan Pada Produk BSM OTO Di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan hasil penelitian strategi diferensiasi, dan *positioning* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap motivasi nasabah melakukan pembiayaan BSM OTO di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung.²⁹
5. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Rizki Fadhilah berjudul Pengaruh Strategi Diferensiasi, *Positioning Product* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di KCP Bank Syariah Mandiri Salatiga. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan hasil penelitian bahwa strategi *diferensiasi*

²⁷Uswatun Khasanah dan Afif Muamar,” Diferensiasi dan Tingkat Pemahaman Produk, Serta Kualitas Sumber Daya Manusia Atas Keputusan Nasabah Perbankan Syariah, *Ekonomi Islam* 10, no. 2 (2019):152-168.

²⁸Nina Anggareni, “Pengaruh Layanan 3 In 1 (*Brancless Banking*) Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Efisiensi Biaya Operasional Bank Pada PT. Bank BJB Syariah”, *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 1, No. 2 (2015).

²⁹Siti Aminah, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan *Positioning* Dalam Memotivasi Nasabah Melakukan Pembiayaan Pada Produk BSM OTO Di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung”(Skripsi,UIN Raden Intan Lampung,2018).

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Salatiga. *Positioning product* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Salatiga. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Salatiga.³⁰

Tabel 1.4
Tinjauan Pustaka

No.	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
1.	Susmiati, Jurnal Iqtishadia, Vol. 3, No. 1 (2016).	Strategi Diferensiasi dan <i>Positioning</i> Dalam Memotivasi Nasabah Menabung pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan	Variabel independen X : strategi diferensiasi dan <i>Positioning</i> Variabel dependent Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.	Strategi diferensiasi dan <i>Positioning</i> berpengaruh signifikan terhadap motivasi nasabah menabung pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan
2.	Uswatun Khasanah dan Afif Muamar, Jurnal Ekonomi	Diferensiasi dan Tingkat Pemahaman Produk, Serta Kualitas Sumber Daya	Variabel independent X : diferensiasi, tingkat pemahaman	persepsi nasabah dalam diferensiasi produk, tingkat pemahaman

³⁰Ayu Rizki Fadhilah, "Pengaruh Strategi Diferensiasi, *Positioning Product* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di KCP Bank Syariah Mandiri Salatiga"(Skripsi, IAIN Salatiga, 2016).

	Islam, Vol. 10, No. 2 (2019).	Manusia Atas Keputusan Nasabah Perbankan Syariah	produk dan sumber daya manusia Variabel dependent Y : keputusan nasabah Perbankan syariah.	produk, dan kualitas sumber daya manusia memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada Perbankan Syariah
3.	Nina Anggraeni, Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 2 (2015)	Pengaruh Layanan 3 In 1 Masalah (<i>Brancless Banking</i>) Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Efisiensi Biaya Operasional Bank Pada PT. Bank BJB Syariah	Variabel dependent X : Layanan 3 in 1 (<i>brancless banking</i>) Variabel dependent Y : Dana Pihak Ketiga dan Biaya Operasional Bank	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa layanan 3 in 1 masalah (<i>brancless banking</i>) berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan Dana Pihak Ketiga dan efisiensi biaya operasional Bank.
4.	Siti Aminah, Repository UIN Raden Intan	Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan <i>Positioning</i>	Variabel Independent X : Strategi Diferensiasi dan	Hasil penelitian secara parsial strategi diferensiasi

	Lampung, 2018.	Dalam Memotivasi Nasabah Melakukan Pembiayaan Pada Produk BSM OTO Di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung	<i>Positioning</i> Variabel Dependet Y : Motivasi nasabah	berpengaruh positif dan signifikan dalam memotivasi nasabah sedangkan strategi <i>positioning</i> secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi nasabah. strategi diferensiasi, dan <i>positioning</i> secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap motivasi nasabah melakukan pembiayaan BSM OTO di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung
--	----------------	---	--	--

5.	Ayu Rizki Fadhilah, Repository IAIN Salatiga, 2016.	Pengaruh Strategi Diferensiasi, <i>Positioning Product</i> dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di KCP Bank Syariah Mandiri Salatiga	Variabel independent X : Strategi Diferensiasi, <i>Positioning Product</i> dan Citra Merek Variabel dependent Y : Keputusan Nasabah	strategi diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Salatiga. <i>Positioning product</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Salatiga. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Salatiga
----	---	---	--	---

Sumber : Data diolah, 2021.

Sesuai dengan penelitian terdahulu, penelitian ini akan meneliti mengenai pengaruh *branchless banking*, diferensiasi dan *positioning product* terhadap *customer decision making product* KPR BRISyariah iB di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *branchless banking*, diferensiasi, *positioning product* dan *customer decision making product*.
2. Obyek penelitian yang digunakan adalah BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton.
3. Penelitian dilakukan pada nasabah yang menggunakan produk pembiayaan KPR BRISyariah iB.

Sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh *Branchless Banking*, Diferensiasi dan *Positioning Product* Terhadap *Customer Decision Making Product* Pembiayaan KPR BRISyariah iB di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton”, merupakan penelitian yang belum pernah diteliti sebelumnya.

H. Sistematika Penulisan

Adapun dalam penyusunan skripsi ini akan disajikan sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab dengan uraian sebagai berikut :

Bab I adalah Pendahuluan yang berisi Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan dan Sistematika Penulisan.

Bab II adalah Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis yang meliputi Teori TAM (*Technology Acceptance Model*), Teori Perilaku Konsumen, *Branchless Banking*, Strategi Diferensiasi, Strategi *Positioning*, *Customer Decision* (Keputusan Nasabah), *Branchless Banking*, Strategi Diferensiasi dan Strategi *Positioning* dalam Perspektif Islam,

Pembiayaan Kepemilikan Rumah, Kerangka Berfikir dan Hipotesis Penelitian.

Bab III adalah Metode Penelitian yang berisi tentang Waktu dan Tempat Penelitian, Jenis dan Sifat Penelitian, Sumber Data, Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data, Definisi Operasional Variabel dan Teknik Analisa Data.

Bab IV adalah Hasil Penelitian dan Pembahasan yang berisi tentang Deskripsi Data, Hasil Penelitian dan Pembahasan.

Bab V adalah Penutup yang terdiri dari Kesimpulan dan Rekomendasi.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah terdapat pengaruh *branchless banking*, diferensiasi dan *positioning product* terhadap *customer decision making product* KPR BRISyariah iB di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton secara parsial dan simultan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah KPR BRISyariah iB sebanyak 129 orang. Sedangkan sampel yang digunakan adalah 56 orang nasabah KPR BRISyariah iB.

Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan diuji dengan metode analisis regresi linear berganda dapat disimpulkan :

1. *Branchless banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton. Pengaruh positif sebesar 2,312 yang artinya semakin baik fasilitas pelayanan transaksi perbankan tanpa melalui kantor cabang Bank maka akan meningkatkan *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB. Nilai signifikan sebesar 0,025 artinya semakin baik pelayanan transaksi perbankan tanpa melalui kantor cabang Bank maka akan mempengaruhi *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB.
2. Diferensiasi berpengaruh terhadap *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton. Pengaruh positif sebesar 2,289, hal ini mengidentifikasi bahwa semakin berbeda produk yang ditawarkan oleh Bank maka akan meningkatkan *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB. Nilai

signifikan sebesar 0,047 yang artinya semakin berbeda produk yang ditawarkan oleh Bank, maka akan mempengaruhi *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB.

3. *Positioning product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer decision making product* KPR BRISyariah iB di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton. Pengaruh positif sebesar 2,553, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik strategi *positioning* yang dilakukan oleh Bank maka akan semakin meningkatkan *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB. Nilai signifikan sebesar 0,014 yang artinya semakin baik strategi *positioning* yang dilakukan oleh Bank maka akan mempengaruhi *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB.
4. *Brancless banking*, diferensiasi dan *positioning product* secara simultan berpengaruh terhadap *customer decision making product* KPR BRISyariah iB di BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton. Pengaruh positif sebesar 6,517, hal tersebut menunjukkan bahwa apabila strategi *brancless banking*, diferensiasi dan *positioning product* semakin meningkat maka akan meningkatkan *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB. Nilai signifikan sebesar 0,001 yang artinya semakin baik strategi *brancless banking*, diferensiasi dan *positioning product*, maka akan semakin mempengaruhi *customer decision making product* pembiayaan KPR BRISyariah iB. Hasil koefisien determinasi sebesar 0,231 artinya *brancless banking*, diferensiasi dan *positioning product* mampu mempengaruhi *customer decision* sebesar 23,1% sisanya sebesar 76,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
5. *Brancless Banking* dalam pandangan Islam adalah Islam tidak melarang adanya kemajuan teknologi, sehingga hukum Islam mengalami perkembangan. Teknologi

dalam Islam merupakan *urf*. Layanan pembiayaan berbasis teknologi diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 117/DSN-MUI/11/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah. Strategi diferensiasi dan *positioning* dalam islam diperbolehkan, hal tersebut dijelaskan dalam Surat Al-Baqarah Ayat 198 dan *Al-Mulk ayat 15* tentang diperbolehkan mencari rezeki melalui perniagaan. Ayat tersebut sesuai dengan variabel diferensiasi dan *positioning* karena strategi tersebut merupakan strategi yang digunakan dalam memenangkan persaingan bisnis.

Customer Decision making product (keputusan konsumen menggunakan produk) merupakan penetapan konsumen dalam memilih suatu hal dengan berbagai macam pilihan dengan memperhatikan kondisi internal maupun eksternal. Dalam Islam pengambilan keputusan diterangkan dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 6 yang menjelaskan bahwa sebagai seorang muslim dalam mengambil keputusan hendaklah memperhatikan informasi yang benar. Sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan produk baik barang ataupun jasa hendaknya mengetahui informasi terkait dengan produk tersebut.

B. Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka ada baiknya apabila penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak sesuai dengan tujuannya. Maka rekomendasi yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton strategi *branchless banking* dan diferensiasi perlu ditingkatkan kembali sehingga dapat semakin mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk KPRBRISyariah iB. Hal ini dikarenakan strategi

branchless banking dan diferensiasi memiliki pengaruh positif terhadap *customer decision making product* (keputusan nasabah menggunakan produk).

2. Bagi nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan KPR BRISyariah hendaknya mempertimbangkan terlebih dahulu produk yang ditawarkan oleh pihak Bank sehingga sesuai dengan yang diharapkan sebelum memutuskan menggunakan produk pembiayaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi *customer decision making product* pembiayaan pada Bank Syariah selain variabel yang digunakan sehingga dapat memperluas variabel apa saja yang dapat mempengaruhi *customer decision making product* pembiayaan pada Bank Syariah.



DAFTAR RUJUKAN

Adiwarman A. Karim, *Bank Islam : Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada,2014).

Agus Marimin, dkk, “Perkembangan Bank Syariah di Indonesia”
Ekonomi Islam 01, no. 02 (2015):75-87.

Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang:Universitas Brawijaya Press,2018).

AMCBE (Association For Marketing and Consumer Behavior,
Strategi Pemasaran dalam Prespektif Perilaku Konsumen
(Bogor : IKAPI,2019).

Andrianto dan M Anang Firmansyah,*Manajemen Bank Syariah*
(Surabaya : Qiara Media,2019).

Anugerah Sahvitri H, “Analisis Pembiayaan KPR Syariah Terhadap Nasabah Berpenghasilan Rendah” (Skripsi,UIN Raden Intan Lampung,2018).

Aprilia Kinasih Putri Ramadhani,”Penerapan Strategic Marketing Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Nandayani Surabaya”, *JESTT* 1, no. 12 (2014):863-873.

Ayu Rizki Fadhilah, “Pengaruh Strategi Diferensiasi, *Positioning Product* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di KCP Bank Syariah Mandiri Salatiga”(Skripsi, IAIN Salatiga, 2016).

BRISyariah,”Produk KPR BRISyariah iB”, (On-Line), tersedia di :
<https://www.BRISyariah.co.id> (4 Februari 2021).

Buchari Alma,Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*
(Bandung: Alfabeta, 2014).

Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*
(Yogyakarta:CAPS, 2012).

Darmanto dan Sri Wandaya, *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Kecil dan Menengah*
(Yogyakarta:Depublish, 2016).

David C.E. Lisapaly, *Pengetahuan Berkarakter Bagi Personal Banker*
(Bandung:Media Sains Indonesia, 2020).

Demirguc-Kunt dan Levine dalam Ktut Silvanita Mangani, Martua Eliakim Tambunan dkk,”Perkembangan Agen *Branchless Banking*”, *Kinerja* 17, No. 1 (2020) : 1-7.

Evi Valentina, “Diferensiasi Produk KPR BRISyariah”, *Wawancara*, 8 April 2021.

Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: Andi, 2004).

Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 117/DSN-MUI/11/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah.

Fetria Eka Yudiana, “Modifikasi Branchless Banking pada Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan Kearifan Lokal”, *Muqtasid* 9, no. 1 (2018):14-28,
<http://dx.doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.14-28>.

Fred D. Davis dalam Ahmad Teguh Perkasa, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kepercayaan Wajib Pajak Terhadap Minat Menggunakan E-filing Sebagai Sarana Pelaporan Pajak (Study Kasus di PT Pelabuhan Indonesia III Cabang Benoa), *Ilmiah Mahasiswa FEB* 4, No. 2 (2015).

Fred D. Davis dalam Endang Fatmawati, "*Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*", *Iqra'* 9, No. 11 (2015) : 1-13.

Fred D. Davis dalam Endang Fatmawati, "*Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*", *Iqra'* 9, No. 1 (2015) : 1-13.

Fred D. Davis dalam Fran Sayekti dan Pulasna Putarta, "Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah", *Manajemen Teori dan Terapan* 9, No. 3 (2016) : 196-209.

Fred D. Davis dalam Leoni Joan dan Tony Sitinjak, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital GO-PAY", *Manajemen* 8, No. 2 (2019) : 27-39.

Griffin 2002 dalam Sunardi dan Ana Maftukhah, "Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kab. Cabang Pembantu BSD Tangerang Selatan), *Islaminomic* 6, No. 2 (2015).

Gunawan Adisaputro, *Manajemen Pemasaran, Analisis Untuk Perancangan Strategi pemasaran* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010).

Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung:PT Mizan Pustaka,2006).

Hidayanti Sarah, “Dampak *Branchless* Terhadap Kinerja Keuangan PT Bank Muamalat Indonesia”, *Jurnal Al-Muzara'ah*,136-157.

Ikatan Bankir Indonesia (IBI) dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP), *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015).

Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : LPPI, 2001).

Indrawati dkk, *Marketing to Non-Marketing Superintendents*, (Jakarta:PT Elex Media Kumputindo,2019).

Ismail Solihin, *Manajemen Startegik* (Jakarta:Erlangga,2012).

Jogiyanto dalam Prinka Kurniasari dan Swasta Priambada, “Analisis Persepsi Kemanfaatan Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi *Online* Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya”, *Administrasi Bisnis* (JAB) 58, no. 2 (2018) : 129-135.

Johannes Supranto, *Teknik Pengambilan Keputusan* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998).

Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,2008).

M. Taufiq Amir, *Manajemen Strategik: Konsep dan Aplikasi* (Jakarta:Rajawali Pers, 2010).

M.A Mannan, *Ekonomi Islam : Teori dan Praktek*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1993).

Maulandy Rizki Bayu Kencana, “Sepanjang Tahun 2020, 10.350 Nasabah dapat Pembiayaan KPR BRISyariah”, (On-Line), tersedia di : <https://www.liputan6.com> (4 Februari 2021).

Moh. Syamsul Falah, “Pengambilan Keputusan dalam Perspektif Islam”, *Menara Tebuireng* 12, No 2 (2017) : 135-147.

Muhamad, *Bank Syariah*, (Yogyakarta:UPP STIM YKPN,2015).

Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah : Dari Teori ke Praktek* (Jakarta:Gema Insani Press,2001).

Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Surabaya : Airlangga University Press,2017).

Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012).

Niswatun Khasanah,”Pengaruh Strategi Diferensiasi dan *Positioning* Produk Terhadap Motivasi Nasabah (Studi pada Produk Tabungan Investa Cendikia di Bank Syariah Mandiri KCP

Banyumanik Semarang)", (Skripsi, IAIN Wali Songo Semarang, Semarang,2013).

Nopi Auriyani Oktaviani," Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Di Indonesia Sebelum Dan Setelah Penerapan Branchless Banking (Studi Kasus Pada Bank Umum Konvensional Periode 2012-2017)", (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah,2019).

Nugroho J. Setied, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2003).

Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung,: Alfabeta, 2010).

Oscarius Y.A Wijaya, *Hubungan Pelanggan dan Orientasi Pasar* (Klaten:Lakeisha,2020).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Buku Saku Laku Pandai" (On-Line), tersedia di www.ojk.co.id (2 Februari 2021).

Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta:Salemba Empat,2001).

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta:PT. Indeks, 2007).

Produk Bank BRISyariah", (On-Line), tersedia di : <https://www.BRISyariah.co.id> (30 Januari 2021).

Ramdhani Harri Pratama dan Indi Djastuti,"Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas, Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa

Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kota Semarang”, *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* 12, (2015), 90-99.

Ratih Huryati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2008).

Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi* (Jakarta:Kencana,2016).

Rossy Rosantie, dkk, *Consumer Behaviour In Era Millennial* (Medan:Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018).

Rossy Rosantie, dkk, *Consumer Behaviour In Era Millennial* (Medan:Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018).

Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : Literasi Media Publishing,2015).

Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik* (Jakarta : PT Elex Media Kumputindo,2019).

Siti Aminah, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan *Positioning* Dalam Memotivasi Nasabah Melakukan Pembiayaan Pada Produk BSM OTO Di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung”(Skripsi,UIN Raden Intan Lampung,2018).

Siti Bunga Fatimah, Achsanina Hendratmi, “Digitalisasi Pada Bank Mandiri Syariah di Tengah Persaingan dan Perubahan

Teknologi”, *Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 7, No. 4
(2020) : 795-
813, <https://doi.org/10.20473/Vol7iss20204pp795-813>.

Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2015).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*
(Bandung: Alfabeta, 2017).

Susmiati,” Strategi Diferensiasi dan *Positioning* Dalam Memotivasi
Nasabah Menabung pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti
Sumekar Cabang Pamekasan”, *Ekonomi dan Perbankan
Syariah* 3, no 1 (2016):47-56.

Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*
(Jakarta: PERNADAMEDIA GROUP, 2017).

Titik Wijayanti, *Marketing Plan Dalam Bisnis* (Jakarta: PT Elex
Media Komputindo, 2014).

Toto Aminoto dan Dwi Agustina, *Mahir Statistika dan SPSS* (Tasik
Malaya: Edu Publisher, 2020).

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Pasal 1
(ayat 1).

Uswatun Khasanah dan Afif Muamar,” Diferensiasi dan Tingkat
Pemahaman Produk, Serta Kualitas Sumber Daya Manusia
Atas Keputusan Nasabah Perbankan Syariah, *Ekonomi Islam*
10, no. 2 (2019):152-168.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2015).

Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS* (Jakarta:PT Elex Media Kumputindo,2019).

Yustanto, Ismail Mohammad dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani Press,2002).

Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta : Gema Insani, 2001).

